

# Management stratégie et marketing opérationnel



## En bref

- › Langue(s) d'enseignement: Français
- › Ouvert aux étudiants en échange: Oui

## Présentation

### Description

- Présentation des enjeux de la stratégie, les principaux outils de son élaboration et de sa mise en œuvre sous la forme d'études de cas, de réalisation de dossiers sur des entreprises ou des produits, d'exposés...
- Réalisation d'un plan marketing ; cycle de vie du produit ; identification de l'ensemble des éléments constituant la variable produit ; fixation du prix ; choix des circuits de distribution ; conception et mise en œuvre d'une politique de communication ; marketing direct.

### Heures d'enseignement

CM/TD

Cours magistral / Travaux dirigés

27h

### Compétences visées

- Connaître et appliquer les outils du marketing opérationnel.
- Identifier les stratégies d'entreprise.
- Réaliser un diagnostic stratégique et proposer des choix stratégiques et des options de développement dans le cadre d'une démarche structurée.
- Créer et conduire une politique de marketing opérationnel.

## Infos pratiques

### Lieu(x)

- › Angers

## Campus

› Campus Belle-beille